Jurnal At-Tibyan: Jurnal Ilmu Alqur'an dan Tafsir
Volume 9 No. 2, December 2024 (p. 290-299)
P ISSN 2442-594X | E ISSN 2579-5708
http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tibyan

Tafsir Al-Qur'an di Era Digital: Analisis Hegemoni Tafsir Media Sosial dalam Membentuk Pemahaman Keislaman Generasi Milenial

Mochamad Tholib Khoiril Waro
Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia
mochamadtholib@iainkudus.ac.id

DOI 10.32505/at-tibyan.v9i2.14072		
Submitted: 21-01-2026	Revised: 28-01-2026	Accepted: 28-01-2026

Abstract

In the digital era, social media has become a dominant platform for the dissemination of Qur'anic interpretation, especially among the millennial generation. This article aims to analyze how social media hegemony shapes this generation's understanding of Islam. Through a descriptive qualitative approach, this study explores the forms of hegemony that emerge from various interpretations of the Qur'an on social media, including their impact on traditional religious authorities. The results of the study show that social media promotes greater accessibility, but it also has the potential to reduce the quality and depth of understanding of Islam.

Keywords: *Qur'anic Exegesis, Social Media, Millennial Generation, Hegemony, Understanding of Islam*

Abstrak

Di era digital, media sosial telah menjadi platform dominan bagi penyebaran tafsir Al-Qur'an, khususnya di kalangan generasi milenial. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hegemoni tafsir media sosial membentuk pemahaman keislaman generasi ini. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi bentuk hegemoni yang muncul dari berbagai tafsir Al-Qur'an di media sosial, termasuk dampaknya terhadap otoritas keagamaan tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mempromosikan aksesibilitas yang lebih besar, tetapi juga berpotensi menurunkan kualitas dan kedalaman pemahaman Islam.

Copyright @ 2024. Owned by the Author, published by Jurnal At-Tibyan: Jurnal Ilmu Alqur'an dan Tafsir. Articles with open access. License: CC-BY

Kata Kunci: *Tafsir Al-Qur'an, media sosial, generasi milenial, hegemoni, pemahaman keislaman*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara masyarakat berinteraksi dengan agama. Salah satu fenomena yang muncul di era digital adalah penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk menyebarkan pengetahuan keagamaan, termasuk tafsir Al-Qur'an. Sebelumnya, tafsir Al-Qur'an merupakan domain eksklusif para ulama dan akademisi Islam yang memiliki otoritas keagamaan yang diakui. Namun, di era digital ini, media sosial telah membuka akses bagi siapa saja untuk menyebarkan pemahaman keagamaan, termasuk tafsir Al-Qur'an.[1]

Generasi milenial, yang merupakan pengguna terbesar media sosial, sangat dipengaruhi oleh konten-konten yang beredar di platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Tafsir Al-Qur'an, yang dahulu disampaikan melalui buku-buku klasik atau pengajian formal, kini dapat diakses melalui video-video singkat atau postingan media sosial yang lebih mudah dipahami dan menarik secara visual. Fenomena ini, meskipun membawa manfaat dalam memperluas akses terhadap pengetahuan keagamaan, juga menimbulkan tantangan terhadap otoritas keagamaan tradisional.[2]

Hegemoni media sosial dalam penyebaran tafsir Al-Qur'an pada generasi milenial bukan hanya tentang dominasi teknis atau aksesibilitas, tetapi juga menyangkut bagaimana pemahaman keagamaan dibentuk dan dikonstruksi. Dalam teori hegemoni Gramsci, kontrol ideologis bukan hanya dilakukan melalui kekuatan fisik, tetapi melalui persetujuan sukarela dari mereka yang mendominasi diskursus.[3] Media sosial menjadi alat bagi aktor-aktor non-otoritatif yang memiliki popularitas di platform tersebut untuk mendominasi narasi tafsir, menggeser otoritas keagamaan tradisional, dan membentuk pemahaman baru di kalangan generasi muda.

Konten-konten tafsir yang disebarkan di media sosial cenderung menyederhanakan konsep-konsep keagamaan yang kompleks agar lebih mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas. Penyederhanaan ini sering kali mengorbankan kedalaman dan ketelitian ilmiah yang biasanya terdapat dalam tafsir tradisional. Selain itu, konten yang menjadi viral di media sosial sering kali lebih didasarkan pada popularitas dan kemampuan menarik perhatian, bukan pada otoritas keilmuan. Hal ini

[1] Hartati Yuningsih and Abdul Ghany, "Transformasi Tafsir Al-Qur'an Di Era Media Digital: Analisis Metodologi Tafsir Dalam Channel Youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah," *Al-Qudwah* 2, no. 2 (August 19, 2024): 187, https://doi.org/10.24014/alqudwah.v2i2.29123.

[2] Muhamad Fajar Mubarok and Muhamad Fanji Romdhoni, "Digitalisasi Al-Qur'an Dan Tafsir Sosial Media Di Indonesia," *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 1, no. 1 (February 16, 2021): 112, https://doi.org/10.15575/jis.v1i1.11552.

[3] Rika Febriani and Irwan Hamdi, "Soft Power & Hegemony: Gramsci, Nye, and Cox's Perspectives," *Jurnal Filsafat* 34, no. 1 (February 29, 2024): 91, https://doi.org/10.22146/jf.87478.

dapat berdampak pada cara generasi milenial memahami ajaran Islam, di mana mereka lebih cenderung mengikuti figur-figur yang terkenal di media sosial daripada merujuk pada ulama atau sumber-sumber keagamaan yang otoritatif.

Di sisi lain, media sosial juga memberikan peluang bagi ulama dan cendekiawan keagamaan untuk memanfaatkan platform digital dalam menyebarkan pengetahuan keislaman yang mendalam. Beberapa ulama telah memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan tafsir Al-Qur'an yang disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan generasi milenial. Namun, tetap ada ketegangan antara tafsir yang bersifat populer dan yang lebih akademis atau tradisional. Persoalan otoritas keagamaan, otentisitas, dan kualitas tafsir menjadi semakin kompleks di era digital ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hegemoni tafsir Al-Qur'an di media sosial mempengaruhi pemahaman keislaman generasi milenial. Penelitian ini akan membahas dampak media sosial dalam membentuk pemahaman keagamaan, khususnya terkait dengan pergeseran otoritas keagamaan dan kualitas tafsir yang disampaikan melalui platform digital.

Penelitian ini menggunakan teori hegemoni yang dikembangkan oleh Antonio Gramsci sebagai landasan analisis utama. Hegemoni, menurut Gramsci, merujuk pada dominasi ideologi suatu kelompok atas kelompok lain melalui cara-cara persetujuan sukarela daripada melalui paksaan. Hegemoni beroperasi dengan mengendalikan pandangan dunia atau wacana yang dominan sehingga diterima secara umum sebagai kebenaran oleh mayoritas masyarakat, tanpa mereka menyadari bahwa pandangan tersebut sebenarnya merupakan hasil konstruksi sosial.[4] Dalam konteks tafsir Al-Qur'an di era digital, hegemoni ini dapat dilihat dalam dominasi wacana keagamaan yang dibentuk melalui media sosial oleh aktor-aktor non-tradisional yang memiliki pengaruh besar terhadap audiens, khususnya generasi milenial.

Gramsci juga menekankan pentingnya intelektual organik, yakni mereka yang tidak hanya mencerminkan pandangan kelompok penguasa, tetapi juga berperan dalam membentuk dan menyebarluaskan ide-ide dominan.[5] Di era digital, aktor-aktor di media sosial, seperti para influencer keagamaan, bisa dianggap sebagai intelektual organik yang berperan dalam menyebarkan tafsir Al-Qur'an. Meskipun mereka tidak selalu memiliki latar belakang keagamaan formal, mereka mampu memengaruhi audiens yang besar dengan cara yang efektif melalui media sosial.[6] Oleh karena itu,

[4] Aniello Iannone, "Memahami hubungan kelas dan hegemoni dari sudut pandang Gramsci," The Conversation, April 4, 2024, http://theconversation.com/memahami-hubungan-kelas-dan-hegemoni-dari-sudut-pandang-gramsci-226740.

[5] "Kelahiran Intelektual Organik," *BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan Universitas Terbaik Di Malang* (blog), December 10, 2021, https://binus.ac.id/malang/2021/12/kelahiran-intelektual-organik/.

[6] Sari Anjani and Irwansyah Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]," *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (May 7, 2020): 208, https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929.

wacana tafsir yang mereka sebarkan sering kali diterima sebagai kebenaran oleh generasi milenial.

Teori ini relevan untuk memahami bagaimana media sosial, sebagai platform yang sangat dominan di kalangan generasi milenial, membentuk pemahaman keislaman mereka. Media sosial menciptakan ruang di mana wacana keagamaan, termasuk tafsir Al-Qur'an, dapat dengan mudah didistribusikan dan dikonsumsi secara massal. Dalam proses ini, mereka yang menguasai algoritma dan mampu menarik perhatian publik memiliki peluang lebih besar untuk mendominasi wacana keagamaan.[7]

Selain teori hegemoni, artikel ini juga memanfaatkan teori komunikasi digital untuk menganalisis bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat distribusi ideologi keagamaan. Dalam komunikasi digital, informasi tidak hanya bersifat linier dari pengirim ke penerima, tetapi interaktif dan melibatkan umpan balik langsung.[8] Dengan kata lain, media sosial tidak hanya menyediakan konten tafsir, tetapi juga memungkinkan audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi, mengomentari, dan bahkan memproduksi kembali tafsir tersebut dalam cara yang baru. Hal ini menyebabkan tafsir Al-Qur'an menjadi lebih dinamis dan berpotensi untuk terus berubah sesuai dengan respons audiens.

Lebih jauh, konsep "media affordances" dalam studi komunikasi digital menekankan bahwa karakteristik teknis dari media sosial—seperti kemampuan berbagi, memberikan komentar, dan viralitas konten—dapat memengaruhi bagaimana suatu pesan, dalam hal ini tafsir Al-Qur'an, disebarluaskan dan diterima. Affordances ini memungkinkan konten keagamaan untuk menjadi lebih populer dan tersebar luas secara cepat, tanpa melalui mekanisme otoritatif tradisional. Akibatnya, pemahaman keislaman yang dibentuk oleh media sosial cenderung lebih bersifat populis dan mudah diakses, namun sering kali kurang dalam segi intelektualitas atau ketelitian ilmiah.[9]

Dengan menggunakan teori-teori ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial memfasilitasi penyebaran tafsir Al-Qur'an di kalangan generasi milenial, serta bagaimana wacana SAGE Publications yang terbentuk menciptakan hegemoni baru di dunia digital. Sehingga, tafsir yang berkembang di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemahaman agama, tetapi juga alat kontrol ideologis yang membentuk pandangan dunia keislaman generasi milenial.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis hegemoni tafsir media sosial dalam membentuk pemahaman keislaman generasi milenial melalui tafsir Al-Qur'an. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada fenomena sosial yang kompleks, yaitu bagaimana konten

[7] Amar Ahmad, "Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial," *Avant Garde* 8, no. 2 (December 18, 2020): 140, https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158.

[8] Andi Asari et al., *Komunikasi Digital*, 2023, 2.

[9] Julian Hopkins, "The Concept of Affordances in Digital Media," in *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*, ed. Heidrun Friese et al. (Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2020), 5–6, https://doi.org/10.1007/978-3-658-08357-1_67.

tafsir Al-Qur'an disebarluaskan melalui media sosial dan bagaimana hal itu mempengaruhi pemahaman keagamaan di kalangan generasi milenial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket, wawancara dan dokumentasi.

Dalam pendekatan ini, data kualitatif yang kaya akan narasi digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses hegemoni media sosial mempengaruhi pemikiran dan pandangan generasi milenial terkait Islam. Sebagaimana di sampaikan oleh Creswell pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna-makna subjektif dari sudut pandang individu yang terlibat dalam fenomena yang diteliti.[10]

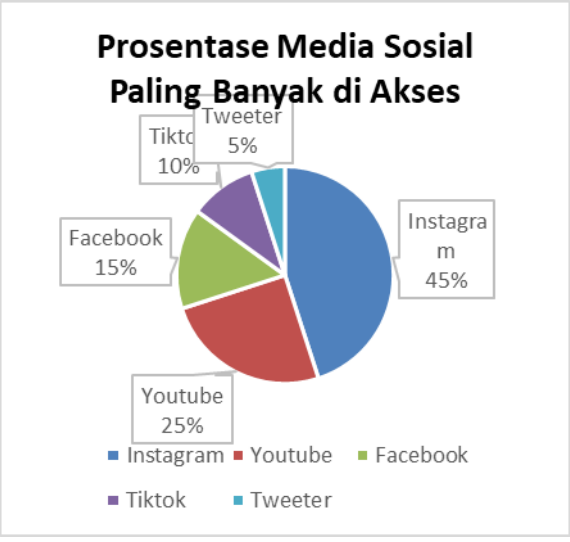
Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pemahaman keislaman generasi milenial. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, para penafsir kontemporer yang tidak selalu memiliki latar belakang akademis dalam studi Islam mampu menjangkau audiens yang sangat luas. Hal ini menciptakan ruang diskursif baru yang didominasi oleh konten yang mudah diakses, tetapi seringkali kehilangan kedalaman intelektual.

Media Sosial Paling Banyak Di Akses

Media sosial bagi remaja milenial mejadi sesuatu yang tidak dapat di pisahkan, hampir setiap saat mereka mengakses media sosial. Mulai dari sekedar iseng dan mengisi waktu luang sampai pada hal-hal yang dirasa sangat penting semua mereka akses melalui media sosial.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dengan mengambil sampel atas kurang lebih 100 remaja milenial yang aktif menggunakannya setiap hari penulis menemukan sebuah hasil terkait nama media sosial atau platform online yang paling banyak diakses oleh mereka remaja milenial. Media sosial paling banyak di akses oleh remaja milenial adalah Instagram dengan prosentasi 45%, kemudian disusul oleh Youtube 25%, kemudian Facebook 15%, Tiktok 10% dan terakhir Tweeter 5%.



Instagram menjadi media sosial paling banyak di gemari oleh remaja milenial. Pertama, adanya kenyataan bahwa Instagram fokus pada tampilan visual. Dalam

[10] Creswell, J. W., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th Ed.)* (New York: SAGE Publications, 2014), 185.

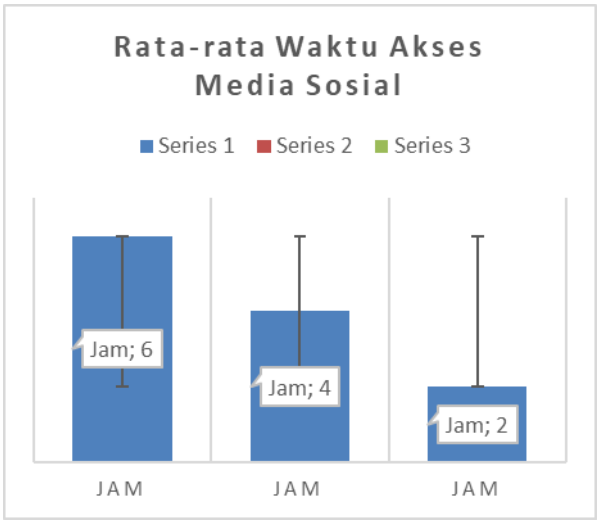
sebuah penelitian menyebutkan bahwa remaja milenia lebih suka dengan tampilan visual disbanding dengan membaca. Kenyataan itu menjadikan Instagram lebih diminati oleh ramaja milenial.

Kedua, Instagram menjadi sasaran pengguna untuk mengembangkan bisnisnya. Dalam studi riset pasar global Ipos menyebutkan bahwa terdapat 81% user menggunakan Instagram untuk mengetahui lebih detail terhadap produk yang ia carinya. Sedangkan terdapat 76% user mendapatkan produk yang ia carinya melalui media Instagram. Hal tersebut menjadikan Instagram sebagai akun yang banyak di minati oleh remaja milenial karena jiwa mereka yang konsumtif.

Ketiga, dalam akun Instagram terdapat banyak fitur yang memanjakan mereka remaja milenial. Pertama muncul Instagram hanya ada tampilan gambar, akan tetapi semakin kesini Instargam semakin banyak fitur yang ditambahakanya. Misal adanya fitur insta story yang menghibur dengan memakai template kekinian, berikutnya terdapat fitur polling, dan QnA yang dapat mereka gunakan untuk curhat dan melakukan polling atas satu objek tertentu.

Waktu Akses Media Sosial

Remaja milenial semakin di sibukkan dengan gawai mereka, dengannya mereka mengakses media sosial setiap saat. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap 100 sampel remaja milenial. Penulis mendapakan data terkait jumlah rata-rata waktu yang mereka gunakan untuk mengakses media sosial. Paling banyak rata-rata waktu yang mereka gunakan untuk mengakses media sosial diatas 6 jam / hari. Rata-rata menggunakan 4 jam/hari, paling sedikit 2 jam/hari.

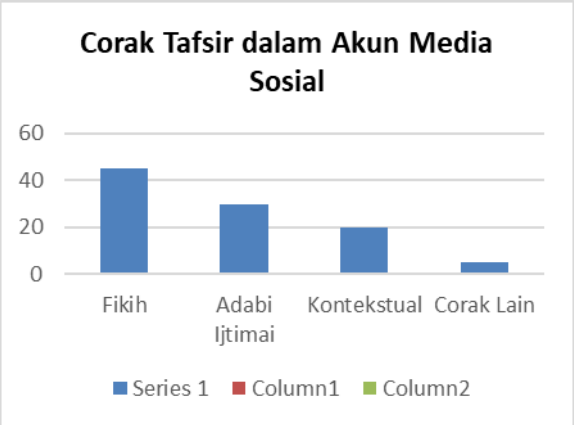


Akun Media Sosial dengan Konten Tafsir

Berikutnya penulis meneliti terkait akun-akun media sosial dengan konten tafsir yang banyak di akses oleh remaja milenial. Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan beberapa akun media sosial dengan konten tafsir yang di akses oleh remaja milenial. Adapun rincianya adalah, pertama akun Instagram Quranreview dengan jumlah akses 45%, kedua akun Website NU Online dengan jumlah 30%, ketiga akun YouTube Gus Baha Channel dengan jumlah 20% dan terakhir akun Youtube Gus Nadhir Channel dengan jumlah 20%.

Corak Tafsir dalam Akun Media Sosial

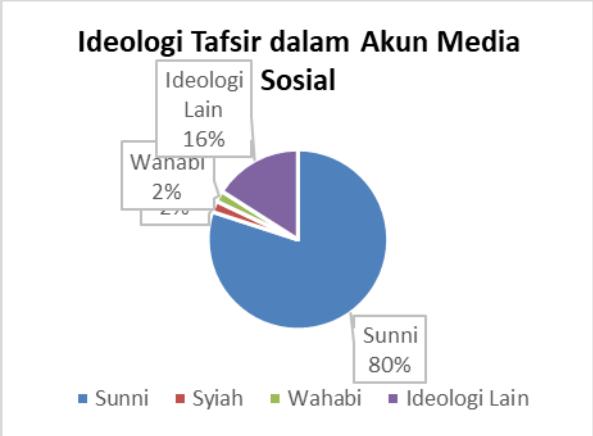
Corak penafsiran merupakan suatu arah, warna dan kecenderungan pemikiran atau ide yang mendominasi suatu karya tafsir. Corak juga dapat di artikan sebagai kekhususan suatu tafsir yang merupakan hasil dari kecenderungan seorang mufassir dalam menjelaskan satu ayat al-Quran. Corak juga dapat diartikan sebagai ekspresi intelektual seorang mufassir dalam menjelaskan ayat al-Quran.



Dalam akun media sosial yang berisikan sebuah tafsiran atas ayat-ayat al-Quran juga memiliki kecenderungan dari si mufassir atau disebut dengan corak tafsir. Berbagai macam media sosial menyajikan kajian-kajian tafsir dan tentunya memiliki corak yang berbeda-beda. Dalam hal ini penulis mencoba mencari bentuk corak tafsir yang banyak di akses oleh remaja milenial. Pertama corak fikih dengan prosentase 45%, kedua corak adabi ijtima'I dengan prosentase 30%, ketiga corak kontekstual dengan prosentase 20%, keempat corak lain dengan prosentasi 5%.

Ideologi Tafsir pada Akun Media Sosial

Dalam ilmu tafsir di kenal dengan istilah idologi dalam penafsiran, yaitu adanya bias, kepentingan, orientasi, dan tujuan-tujuan dalam kepentingan politik praktis juga kepentingan kegamaan tertentu dalam sebuah penfasiran terhadap ayat-ayat al-Quran. Dalam tafsir yang ada pada akun media sosial juga terdapat bias-bias atau kepentingan tertentu dalam sebuah postingan tafsir.



Dalam penelitian ini penulis mencoba melacak ideologi tafsir yang ada pada akun media sosial yang banyak di akses oleh remaja milenial. Adapun hasil yang di dapatkan adalah, 80% mereka mengakses tafsir dengan ideologi sunni, dan 16% mengakses tafsir dengan ideologi lain, 2% Syiah dan 2% Wahabi.

Hegemoni Tafsir Media Sosial oleh Kaum Intelektual

Penyebaran tafsir di media sosial dewasa ini begitu masif dan terstruktur, hal itu dapat di lihat melalui beberapa platform media sosial yang selalu menyebarkan tafsiran yang sesuai dengan pandangan dan ideologi mereka. Hegemoni tafsir di media sosial oleh kaum intelektual dapat memiliki dampak yang signifikan pada pandangan dan pemahaman agama serta perilaku sosial keagamaan di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Kaum intelektual dapat menjadi pembentuk narasi yang kuat dalam isu-isu agama di media sosial. Mereka dapat mempengaruhi bagaimana orang melihat agama dan mendorong interpretasi tertentu yang sesuai dengan pemahaman mereka. Hegemoni tafsir oleh kaum intelektual juga dapat menyebabkan pertentangan dan konflik dalam pemahaman agama. Banyak intelektual memiliki sudut pandang yang berbeda, dan ini dapat membingungkan masyarakat dan menciptakan ketidakpastian dalam pemahaman agama.

Hegemoni dan Kekuasaan dalam Tafsir Media Sosial

Pemilik akun tafsir di media sosial memiliki kekuasaan untuk menentukan ideologi apa yang akan dibawakanya. Mereka dengan mudah menyebarkan ideologi-ideologi yang mereka anut kepada masyarakat luas melalui konten-konten tafsir yang mereka bawakan. Dengan ideologi yang mereka sebar dan tanam kepada kelompok masyarakat bawah akan mudah untuk diterima secara wajar sehingga akan dengan cepat menyebar ke seluruh lapisan masyarakat dan puncaknya akan mereka praktikkan. Hegemoni dan kekuasaan dalam tafsir media sosial merujuk pada dominasi dan pengaruh kuat dari kelompok atau individu tertentu dalam mempengaruhi cara orang memahami dan merespons isu-isu sosial, budaya, atau agama melalui platform media sosial.

Pertama, kelompok atau individu dengan kekuasaan di media sosial dapat memegang kendali atas narasi yang dominan dalam suatu isu. Mereka dapat menentukan bagaimana isu tersebut dipahami dan dibahas oleh khalayak luas. Kedua, Kekuatan di media sosial dapat memengaruhi opini publik secara signifikan. Mereka dapat mengubah atau membentuk pandangan masyarakat tentang suatu topik, termasuk isu-isu keagamaan. Ketiga, Kekuasaan dalam tafsir media sosial juga dapat menciptakan polarisasi dan pertentangan di antara kelompok yang memiliki pandangan berbeda. Ini dapat memperkuat pemahaman yang sempit dan intoleran.

Fungsi Hegemoni Tafsir di Media Sosial

Fungsi hegemoni pada dasarnya dipergunakan untuk menunjukkan adanya kelas dominan yang mengarahkan "tidak hanya mengatur" masyarakat melalui pemaksaan kepemimpinan moral dan intelektual. Hegemoni pada tafsir di media sosial diatur oleh

tokoh moral dan intelektual yang secara dominan menentukan arah konflik, politik, dan wacana yang berkembang di masyarakat. Mereka melalui tafsir di media sosial mencoba untuk melanggengkan kekuasaan atas kelompok yang lebih lemah. Melalui berbagai konten-konten tafsir menunjukkan hadirnya kekuasaan dan pengaturan hegemoni tersebut.

Berbagai kebijakan negara dan agama, misalnya, disampaikan dalam bahasa "untuk kepentingan agama di masa mendatang" atau "demi keutuhan agama Tuhan" telah menghegemoni masyarakat untuk senantiasa menerima berbagai keputusan konten kreator tafsir di media sosial, bahkan konten-konten yang merugikan bagi keberlangsungan kehidupan mereka. Misalnya, hegemoni bahasa politik dalam konten tafsir di media sosial digunakan oleh para politisi agama untuk mendukung politik mereka, contoh idelogi khilafah masuk dalam kajian-kajian tafsir sebagai bentuk upaya politik mendukung berdirinya khilafah islamiyah.

Simpulan

Era digital telah mengubah cara generasi milenial berinteraksi dengan tafsir Al-Qur'an. Media sosial telah menciptakan ruang baru untuk penyebaran tafsir yang lebih luas dan lebih cepat, tetapi juga menimbulkan tantangan terhadap otoritas keagamaan tradisional dan kualitas pemahaman keislaman. Hegemoni tafsir di media sosial memungkinkan siapa saja, termasuk mereka yang tidak memiliki otoritas akademis, untuk mendominasi wacana keagamaan. Oleh karena itu, penting bagi lembaga-lembaga keagamaan untuk terlibat secara aktif dalam dunia digital guna menjaga otentisitas dan integritas tafsir Al-Qur'an.

Daftar Pustaka

Ahmad, Amar. "Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial." *Avant Garde* 8, no. 2 (December 18, 2020): 134. https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158.

Anjani, Sari, and Irwansyah Irwansyah. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]." *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (May 7, 2020): 203–29. https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929.

Asari, Andi, Efa Syaifuddin, Nurfitria Ningsi, Sudianto, Hana Maria, Iwan Adhicandra, Rini Nur'aini, et al. *Komunikasi Digital*, 2023.

BINUS UNIVERSITY MALANG Pilihan Universitas Terbaik di Malang. "Kelahiran Intelektual Organik," December 10, 2021. https://binus.ac.id/malang/2021/12/kelahiran-intelektual-organik/.

Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th Ed.)*. New York: SAGE Publications, 2014.

Febriani, Rika, and Irwan Hamdi. "Soft Power & Hegemony: Gramsci, Nye, and Cox's Perspectives." *Jurnal Filsafat* 34, no. 1 (February 29, 2024): 86. https://doi.org/10.22146/jf.87478.

Hopkins, Julian. "The Concept of Affordances in Digital Media." In *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*, edited by Heidrun Friese, Marcus Nolden, Gala Rebane, and Miriam Schreiter, 47–54. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-658-08357-1_67.

Iannone, Aniello. "Memahami hubungan kelas dan hegemoni dari sudut pandang Gramsci." The Conversation, April 4, 2024. http://theconversation.com/memahami-hubungan-kelas-dan-hegemoni-dari-sudut-pandang-gramsci-226740.

Mubarok, Muhamad Fajar, and Muhamad Fanji Romdhoni. "Digitalisasi Al-Qur'an Dan Tafsir Sosial Media Di Indonesia." *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 1, no. 1 (February 16, 2021): 110–14. https://doi.org/10.15575/jis.v1i1.11552.

Yuningsih, Hartati, and Abdul Ghany. "Transformasi Tafsir Al-Qur'an Di Era Media Digital: Analisis Metodologi Tafsir Dalam Channel Youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah." *Al-Qudwah* 2, no. 2 (August 19, 2024): 187–204. https://doi.org/10.24014/alqudwah.v2i2.29123.